

Wintersport

Die Besonderheiten der Zielgruppen (Biathlon, Ski-Alpin, Ski-Langlauf, Ski-Springen) in Deutschland

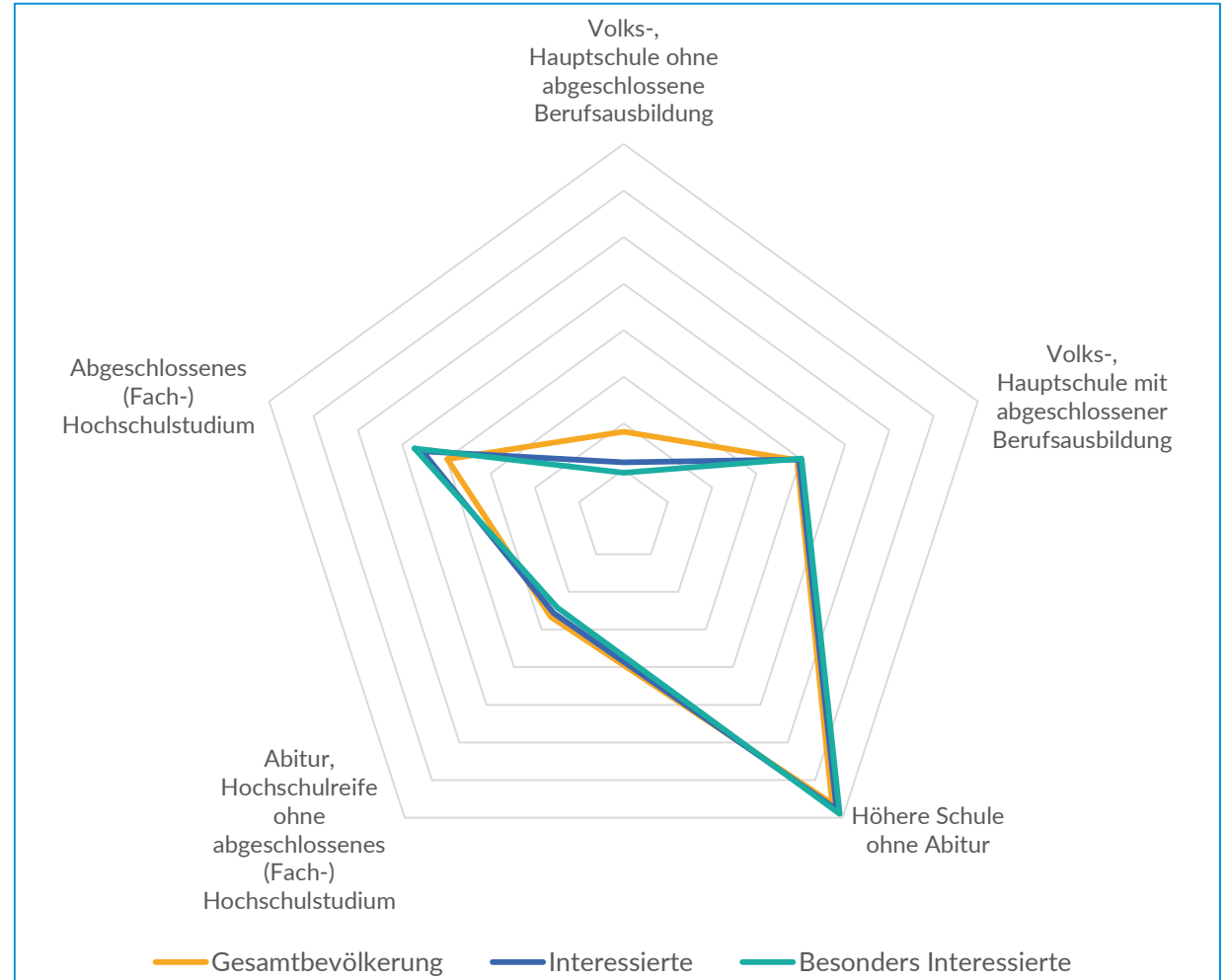
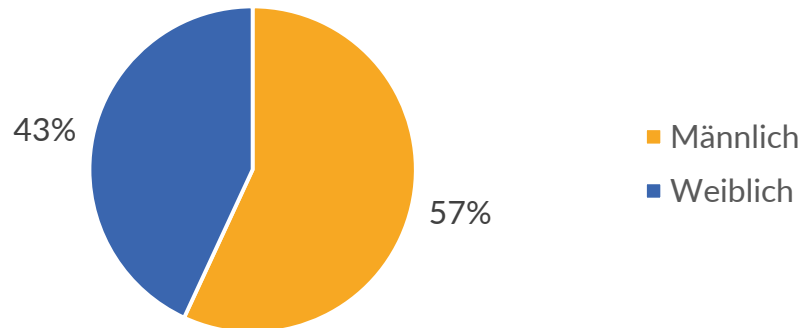
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2023
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,08 Mio.)

Foto: © DSV



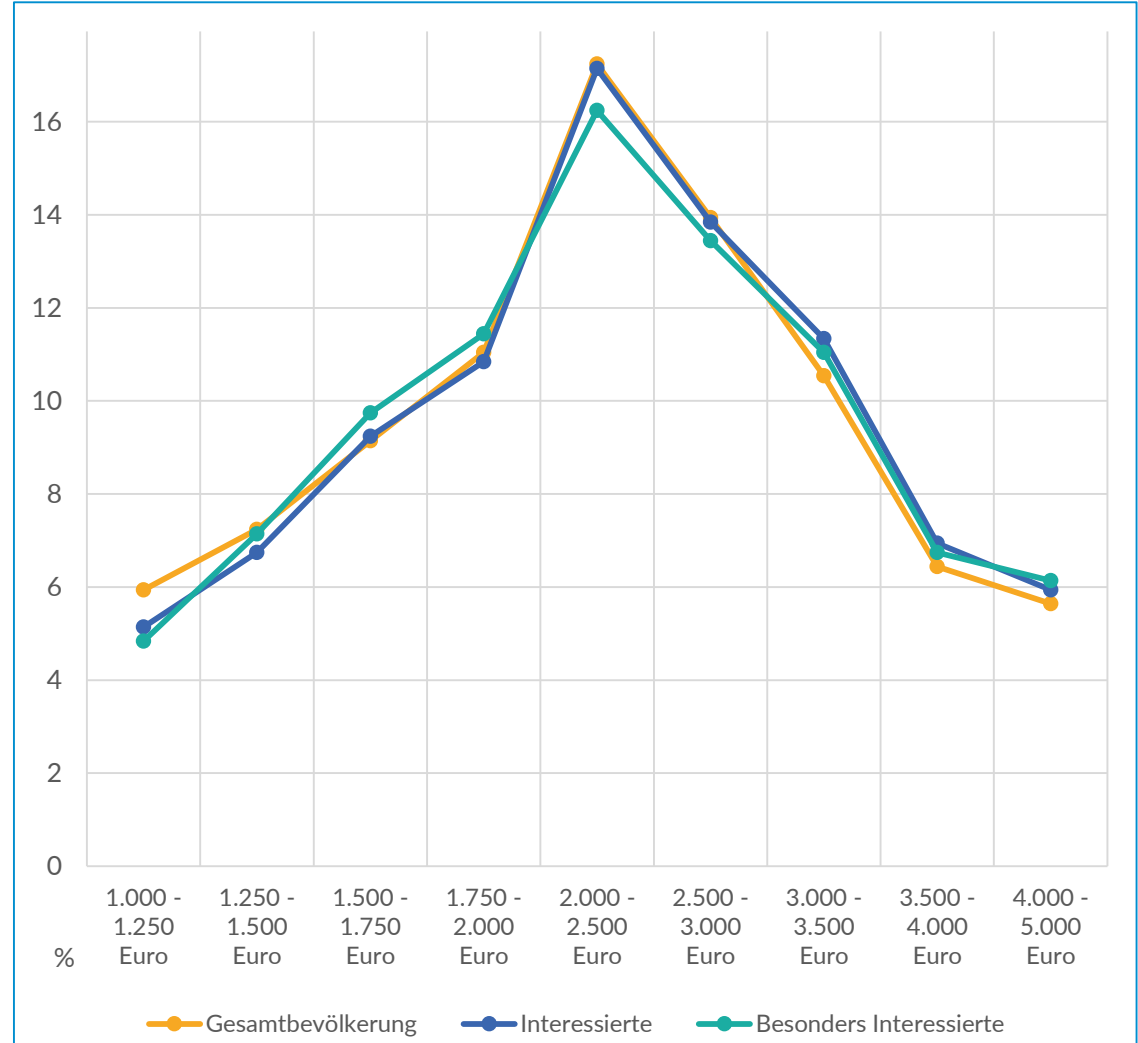
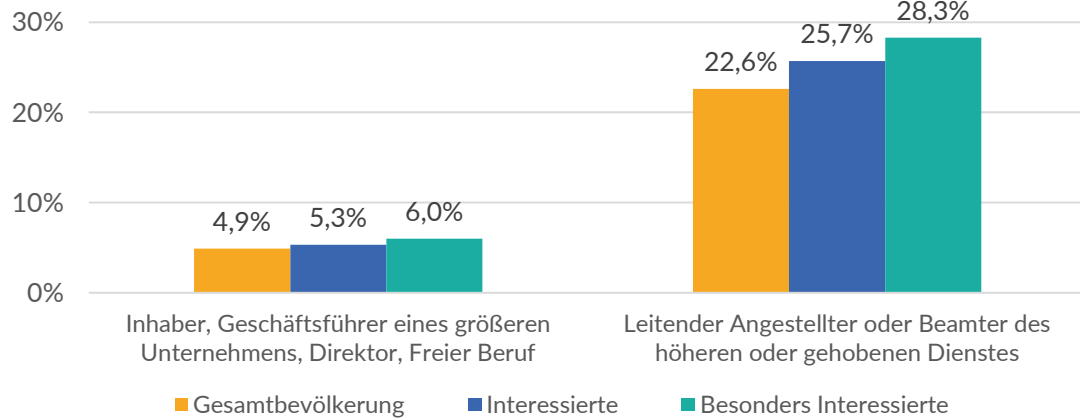
Soziodemographie: Sponsoren treffen im Wintersport auf eine extrem große und gut gebildete Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich **33 Mio.** Menschen und damit **47%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Wintersport. **13,64 Mio.** (19%) interessieren sich sogar ganz besonders für die Sportarten Biathlon, Ski-Alpin, Ski-Langlauf oder Ski-Springen. Frauen stellen knapp die Hälfte der Zielgruppe dar. Wintersportinteressierte Personen verfügen über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau**: Während 19,7% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Wintersportinteressierten 22,2%.

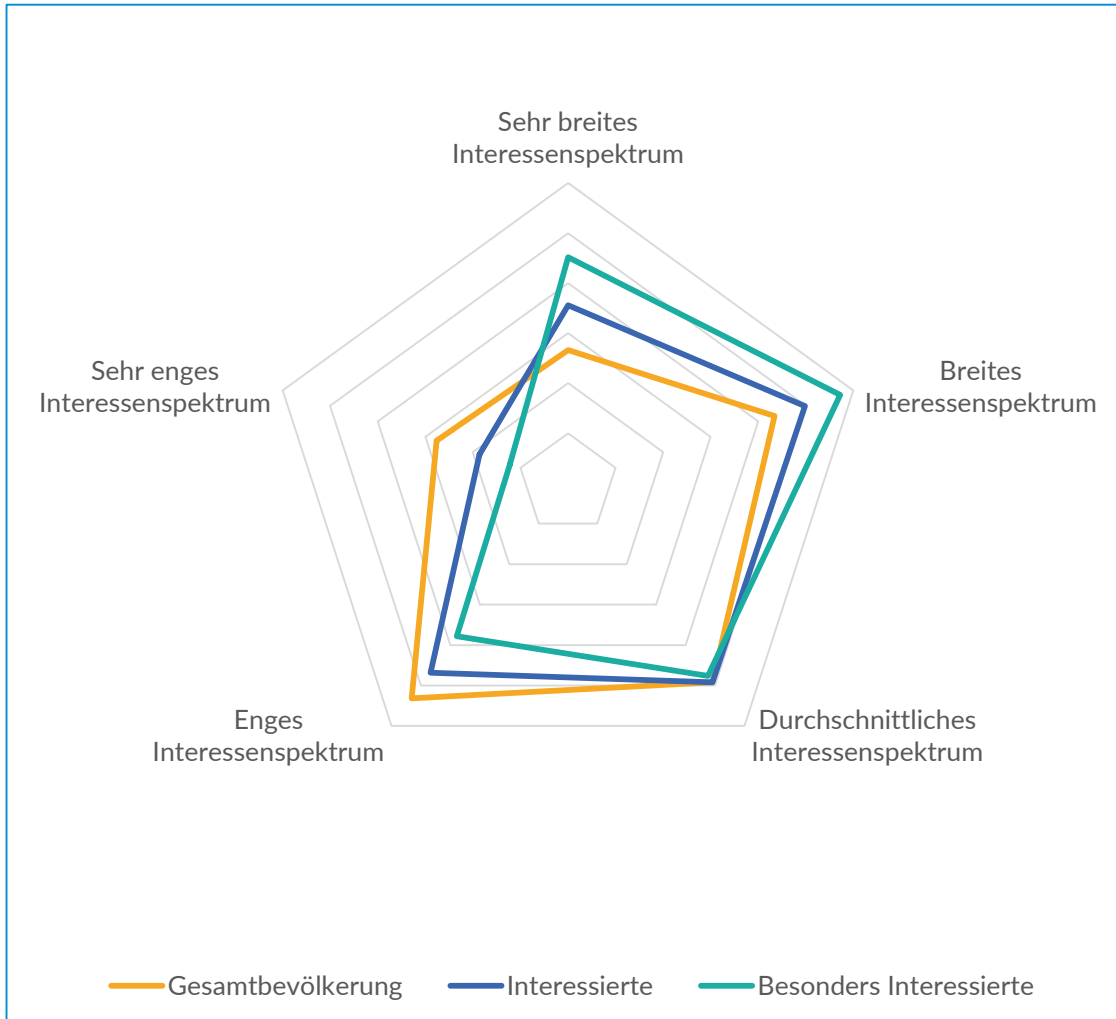


Soziodemographie: Wintersportfans sind Experten und befinden sich in leitenden Positionen

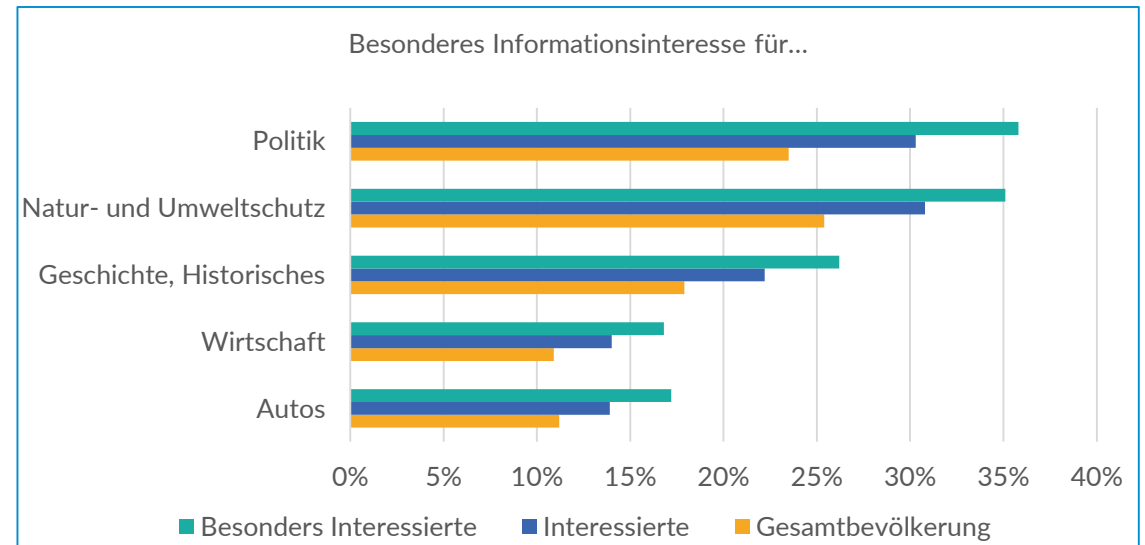
Der Anteil beruflicher **Führungskräfte** ist unter den Wintersportinteressierten ein wenig höher als in der Gesamtbevölkerung. Wintersportinteressierte Personen haben oftmals eine **leitende Position** inne, sind Beamte oder sogar **Inhaber/Geschäftsführer** eines größeren Unternehmens oder Direktoren. Außerdem ist der **Expertenhorizont** der Wintersportfans gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Entsprechend ist das monatliche Haushaltsnettoeinkommen der Wintersportzielgruppe vergleichsweise höher als in der Gesamtbevölkerung.



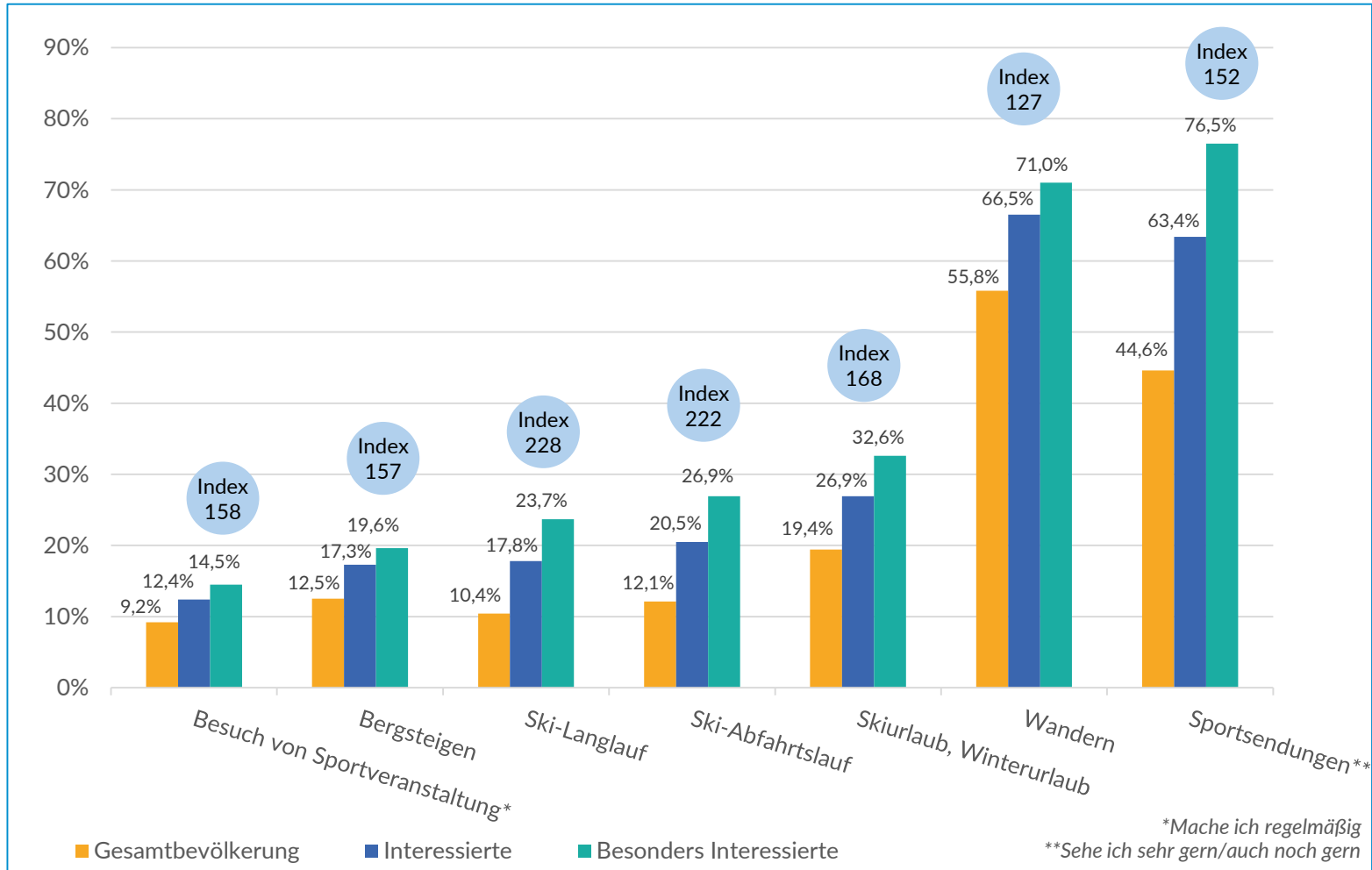
Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe – besonders im Politik- und Naturschutzbereich



Wintersportinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Politik, Natur- und Umweltschutz, Geschichte, Wirtschaft** und **Autos**. Außerdem besteht ein erhöhtes Interesse an **Musik, Urlaub** und **Reisen, gesunder Ernährung/Lebensweise, Gartenpflege/-gestaltung** und **lokalen Geschehnissen**.



Interessen und Vorlieben: Für Wintersportfans sind Natur und Sport sind von besonderer Relevanz

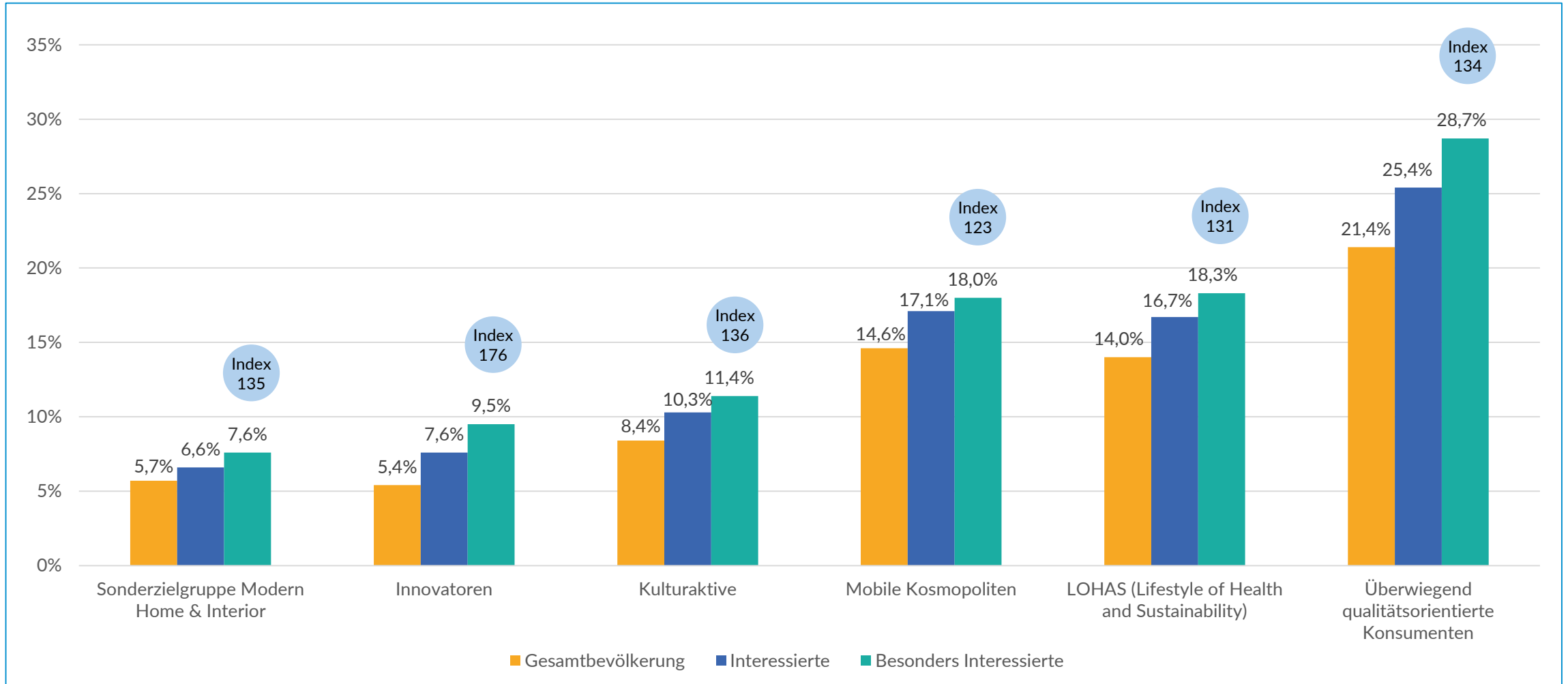


Das Interesse der Zielgruppe an **Aktivitäten in der Natur** ist stark ausgeprägt. Neben sämtlichen Wintersportarten ist die Vorliebe für **Bergsteigen** und **Wandern** besonders groß. In ihrer Freizeit engagieren sich Wintersportinteressierte außerdem gerne **ehrenamtlich**, z.B. in Sportvereinen. Die Zielgruppe setzt sich besonders stark für den **Umweltschutz** ein.

Im Hinblick auf andere **Sportarten** interessieren sich die Wintersportfans im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für Fußball, Eishockey, Handball, Leichtathletik, Tennis, Radsport, Triathlon und Automobilrennsport.

Ein Index-Wert von 100 entspricht dem Anteil in der Gesamtbevölkerung 14+
 Lesebeispiel: Unter den besonders Wintersportinteressierte gibt es 67% mehr Personen, die regelmäßig eine Sportveranstaltung besuchen, als in der Gesamtbevölkerung

Die Wintersportinteressierten als Konsumenten: Unter Interessierten finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder



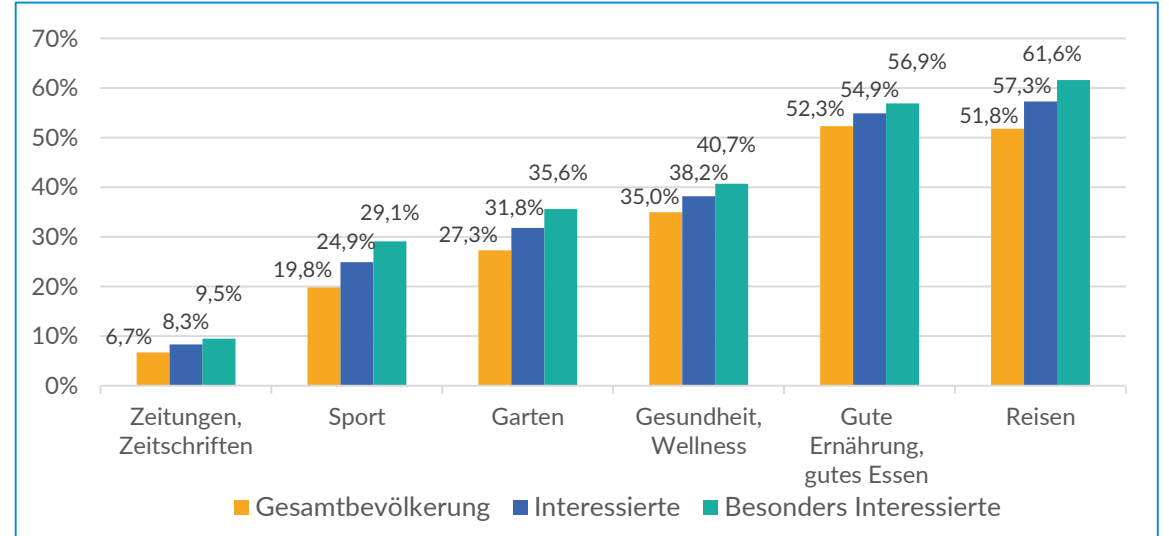
Ein Index-Wert von 100 entspricht dem Anteil in der Gesamtbevölkerung 14+

Lesebeispiel: Unter den besonders Wintersportinteressierte gibt es 35% mehr Personen, die der Sonderzielgruppe Modern Home & Interior angehören, als in der Gesamtbevölkerung

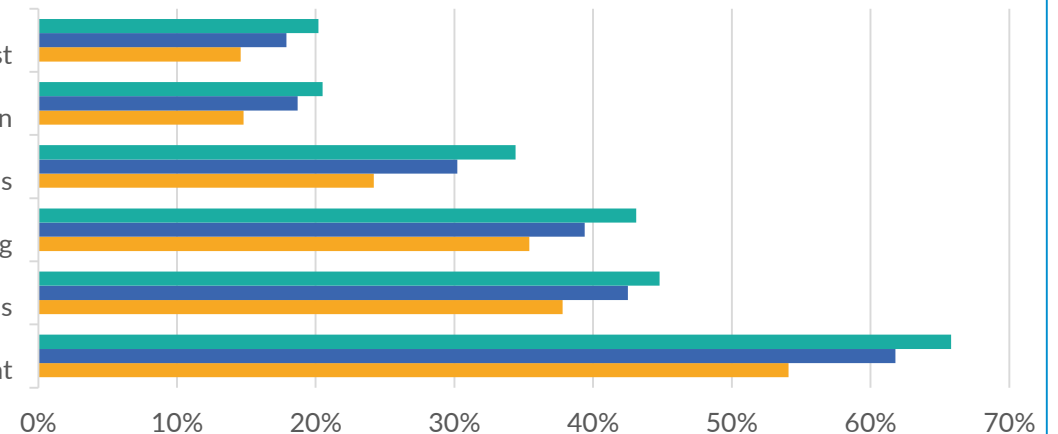
Die Wintersportinteressierten als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Freizeitbeschäftigung sowie Nachhaltigkeit als zentraler Konsumstil

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Reisen, gute Ernährung und gutes Essen, Gesundheit/Wellness, Garten, Sport sowie Zeitungen und Zeitschriften ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht.

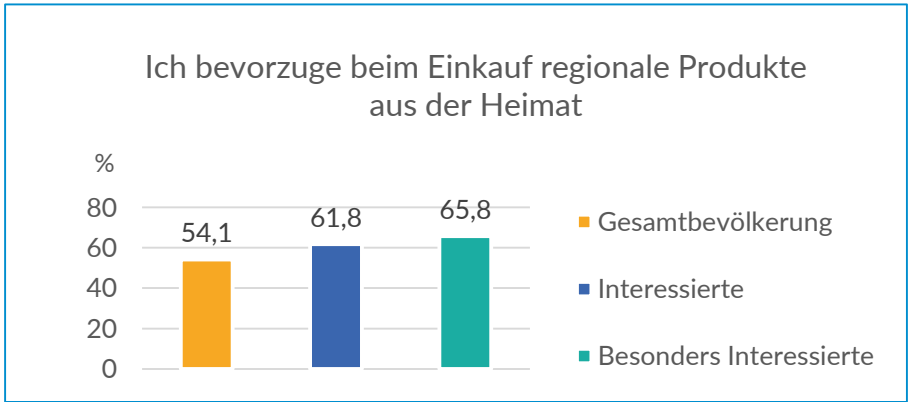
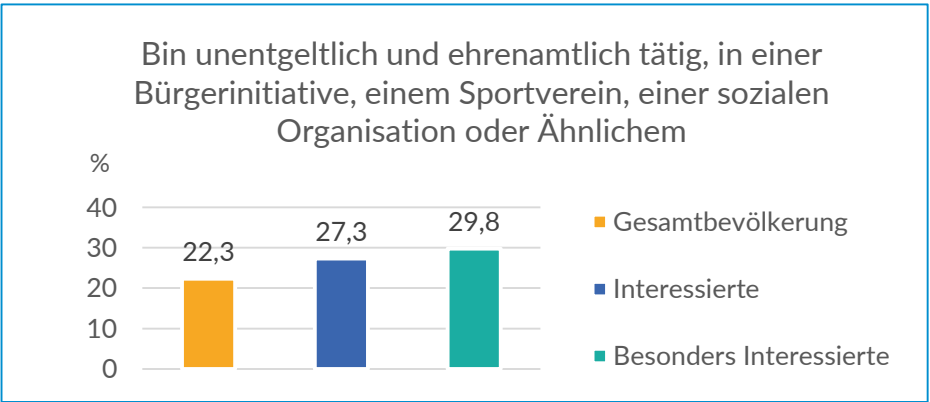
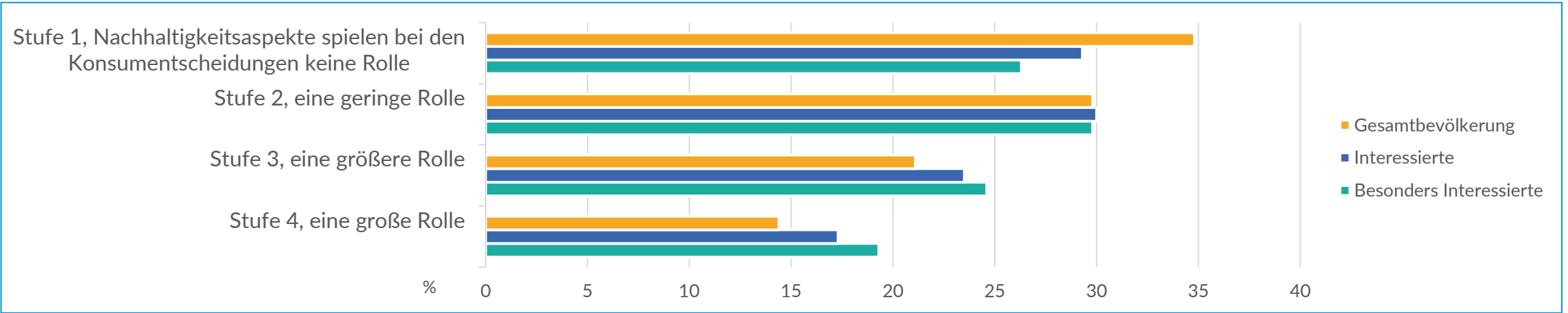
Der Konsumstil und die Käufertypologie der Wintersportinteressenten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **regionale** und **qualitativ hochwertige Produkte** aus. Außerdem stehen beim Auto- und Kleidungskauf **Nachhaltigkeit** sowie **Tier- und Umweltschutz** im Vordergrund.



- Wenn ich mir ein Auto kaufe, ist es mir besonders wichtig, dass es möglichst umweltfreundlich ist
- Ich achte beim Kauf von Kleidung darauf, dass sie umwelt- und sozialverträglich hergestellt wurden
- Bei Sportbekleidung bevorzuge ich hochwertige Marken wie Odlo oder Adidas
- Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich besonders auf Produkte aus artgerechter Tierhaltung
- Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis
- Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat



Nachhaltigkeit im Fokus: Wintersportinteressierte legen einen großen Wert auf Nachhaltigkeit und regionale Produkte



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Wintersport ist überdurchschnittlich groß und knapp zur Hälfte weiblich. Sponsoren treffen im Wintersport auf ein Publikum, das leicht überdurchschnittlich **gebildet** ist, häufig in **leitenden Positionen** arbeitet und über ein verhältnismäßig hohes **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **breites Interessenspektrum** sowie einen **sehr breiten Expertenhorizont** und ist gerne viel in der Natur unterwegs. Neben zahlreichen **Wintersportaktivitäten** interessiert sich die Zielgruppe überdurchschnittlich für sämtliche weitere Freizeitaktivitäten in der **Natur**, engagiert sich gerne **ehrenamtlich** und ist **politisch aktiv**.
- Besonders ausgeprägt ist das Bewusstsein für **nachhaltigen** Konsum – sowohl bei Lebensmitteln als auch bei Kleidung. Wintersportinteressierte Menschen sind **aktive Umweltschützer** sowie **qualitätsorientiert** und gehören zur Gruppe der **Innovatoren**.

